158 Ч68

М.И.БАКАНОВ, Г.А.ГОФМАН, С.М.КАПЕЛЮШ

Проблемы рентабельности торговли

ИЗДАТЕЛЬСТВО „ЭКОНОМИКА" МОСКВА — 1968

коэффициентом пропорциональности понимается отношение среднего оптимального уровня рентабельности к среднему уровню расходов на заработную плату. В табл. 24 показана методика расчета на материалах торговых предприятий Свердловска [1].

Таким образом, общий уровень рентабельности в 2,0% к товарообороту дифференцируется по товарным группам с весьма существенными отклонениями от средней величины. Однако масса прибыли по каждой товарной группе при этом остается более или менее одинаковой.

§ 5. Прогнозирование рентабельности в продовольственной торговле

Особенность прогнозов в отношении рентабельности зависит, во-первых, от правильного исчисления величины торговых скидок и, во-вторых, от расчета на перспективу уровня издержек обращения. Понятно, что чем короче период, на который производится расчет, тем последний точнее.

Торговые скидки 1966 г., как уже указывалось, не имели под собой научной основы и серьезных экономических расчетов. Поэтому они были подвергнуты серьезной критике еще до введения. Опыт 1966 г. и первой половины 1967 г. полностью подтвердил справедливость этой критики.

Иное дело — система торговых скидок, введенная с 1 июля 1967 г. Она действительно похожа на определенную систему. В ее основу были положены собранные для этого материалы по специализированной торговле (особенно непродовольственными товарами); достаточно полно использованы материалы кафедры учета и статистики Заочного института советской торговли, учтены и некоторые другие материалы.

Ниже приведены новые и ранее действовавшие городские торговые скидки (в % к обороту).

Как видно из этих данных, по большинству продовольственных товаров торговые скидки существенно увеличи-

[1] См. И. И. Богданов. Вопросы учета и экономического анализа рентабельности в государственной розничной торговле. Автореф. дисс. на соискание степени канд. экон. наук. МИНХ им. Г. В. Плеханова, 1965, стр. 17.

	1966 г.	1967 г.	Увеличение
Мясо и птица	6,5	9,0	+2,5
Колбасные изделия	4,6	6,0	+1,4
Консервы мясные и мясо-растительные	3,8	6,0	+2,2
Рыба и сельди	6,8	8,0	+1,2
Консервы рыбные	5,0	6,0	+1,0
Масло животное	5,0	5,0	—
Масло растительное и прочие жиры	7,5	8,5	+1,0
Молоко, молочные продукты и сыры	8,7	9,0	+0,3
Консервы овощные и фруктово-ягодные	6,5	6,5	—
Яйца	4,5	4,5	—
Сахар	6,0	11,0	+5,0
Кондитерские изделия	6,5	8,0	+1,5
Чай	6,0	6,0	—
Соль	10,0	25,0	+15,0
Мука, зерно, бобовые, крупа и макаронные изделия	7,8	12,0	+4,2
Хлеб и хлебобулочные изделия	8,0	11,7	+3,7
Картофель и овощи	9,0	9,0	—
Плоды, фрукты, ягоды и бахчевые	12,0	12,0	—
Водка и ликеро-водочные изделия	4,0	4,8	+0,8
Виноградные и плодово-ягодные вина	5,5	7,0	+1,5
Пиво	9,5	12,0	+2,5
Безалкогольные напитки	16,2	16,2	—
Прочие продовольственные товары	5,8	5,8	—
Мыло хозяйственное	4,5	4,5	—
Мыло туалетное	4,5	8,0	+3,5
Табачные изделия, махорка и спички	5,5	6,5	+1,0

лись, что резко меняет и рентабельность. Торговля некоторыми из этих товаров превращается из убыточной в доходную (например, торговля колбасными изделиями, консервами мясными и мясо-растительными, рыбой, сахаром, мукой, зерном, крупой и бобовыми, макаронными изделиями, мылом туалетным и др.).

Следует отметить, что торговые скидки были заметно увеличены на такие товары, где, по утверждению некоторых специалистов, их увеличение считалось невозможным из-за отсутствия источников покрытия. К таким товарам относятся мясо и птица, колбасные и другие изделия, по которым не взимается налог с оборота, а мясоперерабатывающая промышленность является в целом пока убыточной.

Конечно, и новая система торговых скидок не лишена отдельных недостатков. К ним можно отнести, на наш взгляд, следующие.

Не пересмотрены в сторону увеличения скидки по некоторым товарам, продажа которых была и остается сей-

час убыточной. К таким товарам относятся в первую очередь картофель и овощи. Торговля картофелем и овощами — очень важная отрасль торговли, имеющая все основания к получению сильных экономических импульсов для последующего своего развития, поскольку в потреблении свежих овощей мы существенно отстаем от требований физиологии питания. Отказ от повышения скидок по картофелю и овощам мотивировался, видимо, отсутствием источников покрытия. Но это препятствие можно было бы преодолеть тем же способом, что и по мясным товарам. Далее, учитывалось, что организационное построение овощной торговли предусматривает продажу в одних и тех же магазинах высокорентабельной группы товаров, к которой относятся плоды, фрукты и ягоды (в этом смысле особенно выделяются цитрусовые). Однако такое соображение нельзя признать обоснованным. Во-первых, не во всех географических поясах и не во всех магазинах имеет место совмещенная торговля картофелем, овощами, плодами, фруктами и бахчевыми. Во-вторых, здесь в корне нарушается основополагающий принцип, суть которого состоит, как не раз выше отмечалось, в том, чтобы реализация всех товаров была рентабельной.

Не пересмотрены в сторону повышения торговые скидки на яйца, консервы овощные и фруктово-ягодные, мыло хозяйственное, на прочие продовольственные товары. А продажа их в настоящее время приносит торговым предприятиям убыток или ведется на грани убыточности.

Несколько больше надо было увеличить скидки на рыбу и сельди, на колбасные изделия и некоторые другие товары.

Без достаточного основания дан прирост в торговых скидках (подчас весьма существенный) на сахар, пиво, туалетное мыло.

Однако в целом новая система торговых скидок не только выводит продовольственную торговлю из финансовой катастрофы, но создает нормальные условия для нее и в перспективе. На какой период эти скидки будут достаточны, увидим ниже.

Теперь рассмотрим, как будет обстоять дело с издержками обращения.

В § 1 настоящей главы указывалось на тенденцию уровня издержек обращения в продовольственной торговле к возрастанию. За последние пять—семь лет уровень расходов возрос примерно на 25—30%. Имеются все основания полагать, что при прочих равных условиях процесс некоторого повышения уровня издержек обращения будет наблюдаться и в дальнейшем, хотя факторы, противодействующие этому, и сохранят свое влияние.

К факторам, повышающим уровень издержек обращения в продовольственной торговле, будут относиться следующие: дальнейшее улучшение культуры торговли и повышение качества обслуживания покупателей; расширение сети продовольственных магазинов в районах новостроек, отличающихся более высокими издержками; изменение структуры товарооборота в сторону повышения удельного веса в нем более издержкоемких товаров (свежие овощи, молоко, молочные продукты и др.); введенные с 1 июля 1967 г. более высокие оптовые цены, которые автоматически повлияли на повышение затрат по ряду статей; дальнейшее упорядочение заработной платы работников торговли. Это мероприятие будет сопровождаться, видимо, наиболее существенным ростом издержек обращения. Возможно влияние на повышение издержек обращения и некоторых других факторов.

К факторам, понижающим уровень издержек обращения, можно отнести: усиление борьбы за экономию трудовых, материальных и финансовых ресурсов, переход на новую систему планирования и экономического стимулирования, широкое применение принципов хозяйственного расчета во всей деятельности торговых предприятий и организаций, сокращение транспортных расходов в связи с резким ограничением нерациональных перевозок, простоя транспортных средств и т. д., сокращение товарных потерь и др.

Если учесть нейтрализующее и взаимоперекрывающее действие перечисленных факторов повышающего и понижающего действия, то уровень издержек обращения в продовольственной торговле в целом за текущую пятилетку возрастет на 0,90—1,00% к товарообороту. Следует оговориться, что наши исчисления следует принимать как весьма приближенные, поскольку расчеты на перспективу всегда условны, а тем более по такому показателю, как издержки обращения.

Располагая данными о торговых скидках и расчетными величинами издержек обращения, можно сделать известный прогноз и в отношении рентабельности торговли.

Продолжение

№ п/п	Товарные группы	Рентабельность в 1966 г. (+ прибыль, —убыток)	1970 г.		
			торговые скидки	расчетный уровень издержек обращения	рентабельность (+ прибыль, —убыток)
23	Спорттовары	+5,1	9,0	4,9	+4,1
24	Радиотовары	+4,7	7,5	3,5	+4,0
25	Музыкальные товары	+2,3	8,0	7,1	+0,9
26	Игрушки	+0,4	9,0	9,4	—0,4
27	Прочие культтовары	+2,2	7,3	6,4	+0,9
28	Швейные машины	+0,7	7,0	6,6	+0,4
29	Строительные материалы	+3,8	13,0	8,7	+4,3
30	Стекло оконное	—4,3	17,0	21,0	—4,0
31	Автомобили новые	+1,1	1,5	0,5	+1,0
32	Запасные части к автомобилям	+2,9	7,0	5,1	+1,9

В заключение кратко остановимся на сложной и неизученной проблеме прогнозирования рентабельности розничной торговли непродовольственными товарами.

Основное затруднение состоит здесь в сложности экономически обоснованного определения уровня издержек обращения. Исходя из соображений, высказанных в гл. IV по поводу действия факторов, понижающих и повышающих уровень издержек обращения, можно ожидать, что к 1970 г. средний уровень издержек обращения в непродовольственной торговле возрастет на 0,8—0,9% к товарообороту. Исходя из этого и с учетом действующих размеров торговых скидок можно составить следующий перспективный расчет рентабельности (табл. 43).

Приведенные в таблице расчетные показатели рентабельности на перспективу показывают, что действующие размеры торговых скидок по непродовольственным товарам не содержат в себе достаточного «запаса прочности» с точки зрения обеспечения рентабельности промтоварной торговли на более или менее длительный период. Имеются основания полагать, что в промтоварной торговле расширится круг убыточных товаров и увеличится количество товарных групп, реализация которых будет находиться на грани убыточности.

ГОСУД. ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ИСТОРИЧЕСКАЯ БИБЛИОТЕКА РСФСР № 1968

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава I. Экономическая реформа, хозяйственный расчет и рентабельность торговли 3
§ 1. Экономическая реформа и товарное обращение . . 3
§ 2. Некоторые вопросы хозяйственного расчета в торговле 10
§ 3. О проблемах рентабельности государственной торговли 18

Глава II. Проблема торговых скидок 34
§ 1. Сущность и значение проблемы 34
§ 2. Экономическая характеристика действующей системы торговых скидок 38
§ 3. Дифференциация торговых скидок и финансовые источники их формирования 60
§ 4. Другие источники доходов торговых организаций 72
§ 5. Методологические основы построения системы торговых скидок 77

Глава III. Проблема измерения издержкоемкости по товарным группам 88
§ 1. Сущность и значение проблемы 88
§ 2. Различные методы изучения издержек обращения по товарным группам 92
§ 3. Организация и методика выборочного учета издержек обращения по товарным группам в розничной торговле 110
§ 4. Расчет необходимой численности выборки . . . 121

Глава IV. Издержки обращения и рентабельность розничной торговли продовольственными товарами . . . 129
§ 1. Общая характеристика издержек обращения продовольственной торговли 129
§ 2. Исчисление издержкоемкости по товарным группам в продовольственной торговле 133
§ 3. Анализ издержек обращения по товарным группам 137
§ 4. Анализ рентабельности торговли продовольственными товарами 152
§ 5. Прогнозирование рентабельности в продовольственной торговле 166

Глава V. Издержки обращения и рентабельность розничной торговли непродовольственными товарами . . . 172
§ 1. Особенности издержек обращения непродовольственной торговли 172
§ 2. Определение издержек обращения по товарным группам в непродовольственной торговле 179
§ 3. Анализ издержек обращения по товарным группам в непродовольственной торговле 183
§ 4. Рентабельность торговли непродовольственными товарами 192